

# UnB

Universidade de Brasília

Departamento de Design

**Henrique Matheus da Silva Lima**

**Pau-de-Arara:  
Brasília, Candango e Design**

Trabalho de conclusão de curso

Brasília

2018

**Henrique Matheus da Silva Lima**

**Pau-de-Arara:  
Brasília, Candango e Design**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao  
Curso de Design como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em Design, orientado  
por Profa. Dra. Nayara Moreno de Siqueira.

Brasília  
2018

## **Resumo**

O presente trabalho é um estudo sobre os valores simbólicos e subjetivos dos objetos e a interação dos mesmos com o usuário, e parte da relação entre o projeto modernista de Brasília com o Candango como ponto de partida. A intenção é de perpetuar uma conversa dentro do Design sobre a complexidade e responsabilidade de se inserir novos produtos no mercado tendo em vista o contexto altamente consumista e prejudicial ao meio ambiente em que se encontra a sociedade no atual período. O texto tem um objetivo de provocar uma reflexão sobre como os projetos de design poderiam ser trabalhados de maneira a interferir no estilo de vida das pessoas para que assim sejam estimulados hábitos cada vez mais saudáveis, menos consumistas e sustentáveis para o Planeta.

**Palavras chave:** Brasília, candango, design, objeto, consumo.

## Lista de Imagens

Figura 1 - Imagem dos candangos nos canteiros da construção de Brasília .....	12
Figura 2 - Imagem de um candango deixando sua família rumo ao canteiro de obras de Brasília .....	14
Figura 3 - Imagem da utilização do Pau-de-Arara pelos candangos na viagem para Brasília .....	17
Figura 4 - Imagem da construção do congresso nacional de Brasília .....	21
Figura 5 - Imagens da construção da torre de TV e catedral de Brasília .....	21
Figura 6 - Imagem de comparação entre modelos de televisão, um antigos e um mais atual .....	27
Figura 7 - Imagem de Sérgio Rodrigues sentado na Cadeira Mole .....	30
Figura 8 - Imagens de digestores de árvores projetados por Dunne e Raby .....	39

## Sumário

<b>Introdução .....</b>	<b>5</b>
<b>Capítulo 1 : A cidade modernista e seus habitantes .....</b>	<b>11</b>
1.1 O Candango .....	11
1.2 O Pau-de-Arara .....	16
1.3 Brasília .....	20
<b>Capítulo 2 : E o Design com isso? .....</b>	<b>24</b>
2.1 O objeto .....	26
2.2 Design e um pensamento sustentável .....	31
2.2 Processos dentro design .....	34
O convencional .....	34
Uma alternativa .....	37
<b>Capítulo 3 : E se .....</b>	<b>41</b>
<b>Conclusão .....</b>	<b>43</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>45</b>

## Introdução

Meu dia começava às 5 horas da manhã: acordava, tomava banho, comia o que conseguia, pegava minha mochila e ia para a parada de ônibus. O transporte passava por volta das 6 horas da manhã, geralmente bem pontual. Se atrasasse, passava às 6h10, se demorasse mais que isso, provavelmente não passaria mais. Ele era o único que fazia o percurso direto, durante a manhã, entre o Setor O, onde eu morava, e a Universidade de Brasília (UnB).

A viagem levava por volta de 2 horas, e se o trânsito estivesse muito ruim poderia passar de 3 horas. Por conta da duração da viagem, o principal motivo de eu precisar tão desesperadamente pegar esse ônibus para ir à faculdade, era conseguir ir sentado. Eu morava em uma cidade muito distante do Plano Piloto e conseguia pegar o ônibus quando ele saía do terminal ainda com assentos vagos, e isso era um privilégio que eu fazia questão de aproveitar sempre que possível. Caso eu perdesse esse ônibus, minha alternativa seria pegar dois ônibus, o metrô, enfrentar algumas filas e fazer todo o trajeto de pé espremido no meio de uma multidão de pessoas.

A viagem para o Plano Piloto era sempre bem desconfortável, pois o transporte estava sempre muito cheio, muito lento, com os assentos duros e um chacoalhar considerável. A sensação era quase de que o transporte não tinha sido feito para transportar pessoas, mas talvez um outro tipo de carga.

Cada pessoa ali tentava dar seu jeito de fazer da viagem o mais proveitosa que conseguisse fosse dormindo, lendo um livro, assistindo alguma coisa no celular, comendo, conversando com a pessoa ao lado. Eu mesmo tentava dormir ou descansar para tentar compensar o tempo de sono perdido, e sempre reparava em como cada um tentava aproveitar o tempo da viagem como dava. Observava os diversos objetos carregados pelas pessoas com esse propósito de ajudá-las a preencher o tempo da viagem: livros, jogos eletrônicos portáteis, computadores, revistinhas de passatempo, tricô e crochê, comida em geral (já vi algumas vezes pessoas fazendo refeições completas nos transportes públicos), a lista de objetos é grande e variada.

Sempre que podia economizar no espaço e peso das coisas que carregava eu o fazia, pois precisava levar na mochila tudo que eu precisaria durante meu dia: o material que eu iria usar na faculdade, livros, cadernos, estojos, papéis diversos, materiais de arte, computador, textos xerocados, além de escova e pasta de dente, guarda-chuva, blusa de frio, protetor solar. Levava tudo o que fosse necessário, já que eu passava o dia na universidade e às vezes saía para algum lugar depois para me divertir. Muitas pessoas têm um cotidiano bem mais atarefado e eu consegui perceber isso pelas coisas que elas carregavam consigo e pela quantidade. Sempre me surpreendia com o tamanho das mochilas que via sendo levadas por aí, ou a quantidade delas que uma só pessoa conseguia carregar. Era comum ver pessoas que precisavam levar todas as refeições que fazem durante o dia em marmitas ou outras que levavam peças de roupa na mochila para poder se trocar depois, livros de distintos tipos, diversas garrafas também com diferentes tipos de bebida, óculos, objetos de higiene pessoal, sombrinhas, bicicletas também são bastante comuns e, às vezes, instrumentos musicais. Se via uma mãe ou um pai que precisavam levar o filho junto, era certo vê-los carregando bagagem para dois ou mais.

Eu achava interessante reparar na bagagem das pessoas e imaginar o que elas fariam durante o dia, a quantidade de trabalho necessário para carregá-las e o quão importante seria aquele objeto para elas se comprometerem com tal trabalho. Eu mesmo, antes de levar algo comigo, sempre avaliava se ele seria realmente importante durante o meu dia, e se o esforço de levá-lo junto comigo valia a pena. E por esse tipo de pensamento eu conseguia pelo menos imaginar o que cada um ali faria durante o dia e a importância de cada atividade, tentava avaliar de acordo com o quão trabalhoso o objeto era de ser carregado.

Estávamos todos ali, cada um com seu estilo de vida, seus compromissos, afazeres, carregando sua bagagem do dia nas costas, nas mãos, pendurado no pescoço, no colo, ou onde dava. No geral éramos todos moradores da periferia de Brasília, vulgo “Cidades Satélites”, que acordávamos cedo, deixávamos nossa casas rumo ao Plano Piloto e não retornaríamos até cumprir nossas tarefas diárias. Íamos

juntos espremidos e desconfortáveis com o objetivo de trabalhar, ganhar dinheiro, gastar dinheiro, ir ao médico, estudar, encontrar nossos amigos, nos divertir... pois, por algum motivo, não tínhamos o privilégio de ter essas coisas perto de onde moramos, porque estava tudo ali no centro de Brasília, no Plano Piloto.

Como designer, esse tipo de observação me fez questionar a forma como alguns objetos são produzidos, as histórias que podem ser contadas e os valores por trás deles. Me esbarrei diversas vezes durante a faculdade com formas de deixar seu projeto mais desejável, consumível, de dar características atraentes para seu objeto, de seduzir o consumidor, de oferecer algo que ele não possui, de convencê-lo da existência de um problema que só aquele objeto em particular pode solucionar (*risos*). De modo geral comecei a perceber nos objetos e na cidade essa mensagem subliminar dizendo que está tudo errado com as pessoas, e que elas deveriam querer um sapato melhor porque os que elas têm não são bons o suficiente, uma roupa melhor, uma bolsa melhor, um carro melhor, uma casa melhor, toda uma vida melhor. Isso me fez sentir responsável, de uma certa forma, por contribuir com esse tipo de comportamento tóxico, não só para o consumidor, mas para o Planeta de uma forma mais ampla.

E foi isso o que me motivou a escrever este projeto, olhar todos os dias as pessoas que estavam fazendo a mesma viagem que eu, deixando suas casas e indo em direção ao Plano Piloto, em busca de “uma vida melhor”, e como o Design tem um papel tão fundamental dentro desse propósito, pois o conjunto de objetos que escolhemos carregar conosco durante nosso dia tem a potencialidade de contar um pouco da história de quem somos, do que vamos fazer, do que é importante para nós, de quem queremos ser e onde almejamos chegar. Com este projeto tenho essencialmente o intuito de ressaltar essa relação entre usuário e objeto que vai muito além da forma e da função.

Pretendo partir dessa observação como estudante de design e do meu próprio cotidiano para desenvolver um ponto de vista mais pessoal sobre os assuntos que serão abordados no trabalho, para então expandir essa visão para contribuir com as



peessoas ao meu redor, a cidade, o contexto em geral e a perspectiva de outros pensadores no âmbito do Design.

De uma forma geral, o tema de estudo deste projeto é a relação que se dá entre objeto e usuário, partindo do contexto das pessoas que precisam deixar suas casas durante a manhã, fazer uma seleção do que é possível e necessário carregar consigo, e só retornar tarde da noite.

Posso dizer então, que estou realizando uma pesquisa de campo todos os dias quando saio de casa e me dirijo à parada de ônibus, pois ali mesmo começo a observar as mochilas, seus tamanhos e pesos, as camadas de roupas que provavelmente irão se alternando ao longo do dia, os calçados que às vezes são confortáveis ou às vezes só preenchem uma demanda estética da ocasião, todas as refeições que são feitas ao longo do percurso pelas pessoas que só tem aquele tempo disponível para comer, e todos os cochilos das pessoas que só tem aquele tempo para dormir e acabam levando almofadas, óculos escuros e mantinhas para conseguir melhorar minimamente a qualidade desse descanso improvisado. Cada objeto presente nesse cenário carrega consigo o potencial de contar um pouco a história do seu usuário e também revelar brevemente sobre seu cotidiano.

Pontuar o valor simbólico desses itens será o ponto de partida para este trabalho. Como designer, posso observar um pouco melhor a relação que as pessoas criam com os objetos que carregam consigo e as consequências dessas relações. A questão é tentar trabalhar os produtos para além das finalidades práticas e olhar para como os objetos interagem com as pessoas e a qualidade dessa interação e, assim, conseguir entender a interação entre produtos e consumidor.

O projeto parte da necessidade de repensar como o design está sendo feito, a reflexão que embasa, seus valores, seus objetivos e os efeitos que podem provocar, a partir de uma perspectiva afastada dos aspectos funcional e consumista para tentar trazer uma nova abordagem para o diálogo. É uma forma de explorar alternativas de como as pessoas se relacionam com os objetos. Ao invés de criar um produto que vá solucionar algum “problema” específico do seu cotidiano, a ideia é justamente estar

ciente desse cotidiano, participar da história do usuário, ter consciência de seu estilo de vida, assumir a responsabilidade das consequências negativas que o design pode provocar socialmente e, a partir disso, elaborar objetos com base na consciência e lucidez sobre a proporção de sua influência. A intenção é trabalhar a partir dessas questões para contribuir com a reflexão e projeto de objetos no sentido de estimular um relacionamento sustentável do consumidor com os artefatos e meio ambiente.

O objetivo geral deste trabalho, então, é a elaboração de uma crítica partindo da história de Brasília e do Candango, em que serão abordadas maneiras diferentes de produzir e pensar design, em que o foco estará no relacionamento entre usuário e objeto, mas também nas consequências dessa interação. Para tal, objetiva-se especificamente:

- levantar bibliografia pertinente ao tema abordado: teoria e metodologia em design para explorar linhas de pensamento em design que abordem a relação entre usuário e artefato e o projeto e produção de objetos não convencionais;
- levantar bibliografia concernente à interação entre Brasília e seus habitantes;
- Comparar a interação de Brasília e seus habitantes, com a relação entre usuário e artefato;
- desenvolver a crítica como contribuição ao pensamento do Design.

Este texto tem uma forte influência do livro de Rafael Cardoso *Design para um mundo complexo*, em que o autor aponta para questões relacionadas à subjetividade e complexidade da atividade do designer. Esta leitura é complementada com textos sobre a vivência em Brasília, história candanga, sentimento migratório e sobre o valor simbólico dos objetos. Uso das leituras também para criar uma base teórica sobre as metodologias as quais pretendo desenvolver a crítica relacionada à forma de se produzir design e os valores e intenções envolvidos.

O texto está dividido em 3 capítulos, em que no primeiro será contada, brevemente, a história dos trabalhadores que deixaram seus lares e vieram ajudar na construção da cidade motivados por uma promessa de vida melhor, os Candangos. A partir disso, discorro um pouco sobre Brasília, incluindo todo o projeto e idealização por

trás da concepção da cidade. A intenção é de procurar os pontos de convergência existentes entre as histórias e evidenciar os valores envolvidos, com o intuito de criar um referencial simbólico para o texto. No segundo capítulo serão abordadas questões mais relativas ao Design, em que serão desenvolvidos assuntos relacionados com a forma com a qual se tem produzido produtos, as intenções e valores envolvidos e as consequências desse contexto. Apresento maneiras alternativas e vinculadas à linha de pensamento sobre design apresentada neste trabalho, além de um estudo de alguns projetos com a finalidade de demonstrar melhor as questões levantadas. Ao final deste mesmo capítulo, proponho um meio mais integrado de pensar o design com as ideias e valores discutidos aqui. O terceiro e último capítulo será dedicado à integração dos assuntos levantados através de um pensamento especulativo.

# 1 A cidade modernista e seus habitantes

Com este trabalho pretende-se tomar como um dos pontos de partida o planejamento da cidade de Brasília como início de sua discussão sobre design, tendo a cidade como projeto e o candango como usuário. A cidade foi pensada como um projeto com o objetivo de estimular novos comportamentos e um novo estilo de vida no território brasileiro, já o candango era o seu usuário "não desejado". Essas pessoas foram trazidas para construir a cidade e após esse processo, afastados para a periferia. Esse fato acabou apenas por perpetuar o que se pretendia "consertar" em projeto, o grande problema de estratificação social vivida pelo país.

A cidade é ícone dos feitos modernistas, movimento que também influenciou o design. A intenção é partir dos ideais que fundaram a nova capital e de como a cidade interage com seus habitantes, para então relacionar a forma como os objetos - inseridos nos mesmos ideais - interagem com seu usuário. As consequências dessa interação são conteúdo para uma reflexão mais abrangente sobre como as pessoas podem ser afetadas pela cidade e pelos objetos.

## 1.1 O candango

O termo 'candango' é uma variação de *candongo*, da língua *quimbundo*, dos bantos do sudeste de Angola. Era usada de forma depreciativa contra os colonizadores do continente. Ao serem traficados para a região canavieira nordestina, os africanos mantiveram o sentido pejorativo para se referir aos senhores portugueses e, posteriormente, aos próprios brasileiros. Com o passar do tempo, porém, o alvo da depreciação foi invertido. A palavra virou sinônimo de cafuso, mestiço, mameluco e negro. Posteriormente, populações pobres do interior do país, especialmente trabalhadores itinerantes, de baixa qualificação profissional, situação predominante entre aqueles que chegaram ao canteiro de obras da futura capital (LUIZ, 2007).

Os candangos foram então os operários da construção civil, peões de obra, trabalhadores braçais, de baixa qualificação profissional, grandes responsáveis por realmente colocar Brasília de pé, conforme apresentado na Figura 1. Eram em sua grande maioria de origem rural, simples, com baixo nível de escolaridade e muitos deles provenientes da região nordeste do Brasil. Por conta das dificuldades que passavam no meio rural, essas pessoas foram facilmente seduzidas pelos anúncios que aconteciam principalmente nas rádios, recrutando trabalhadores para ajudar na construção da nova capital do país.



Figura 1 - imagens dos candangos nos canteiros da construção de Brasília.  
Fonte: <http://memorialdademocracia.com.br>

A possibilidade de sair da realidade da seca e da falta de emprego, cenário bastante comum no interior dos estados brasileiros, enchia os olhos desses trabalhadores que viram nessa convocação uma oportunidade para mudança de vida não só pelo trabalho e dinheiro, mas também para a possibilidade de habitar uma cidade com maiores e melhores condições de moradia .

Brasília era vista por muitos, principalmente pelos candangos, a partir de uma perspectiva idealizadora. Era até chamada de “Cidade da Esperança” e todo seu ideal de cidade moderna acabou por torná-la um foco de migração no país. No artigo *“Isso é conversa de candango”- Memória acerca da construção de Brasília*, de Telma Bessa Sales, é apresentado o relato de Benedito, que em sua fala pode-se perceber um pouco das motivações que o fez seguir rumo à Brasília:

“A seca, 58, não tinha, num tinha como a gente sobreviver aqui, né, só ficou as mulher aqui, os homem foram embora tudim, ficou só as pessoas mais velha, até o papai foi(...) vendeu um terreno no, vendeu um terreno aqui nos angicos pra poder viajar conseguir verba e deixar pra família cumê, né? Pra num deixar com fome(...),eu disse, pai eu vou embora pra Parnaíba trabalhar mais o ti Alfonso, ai ele disse “não vai não”eu digo “ eu vou pai, vou fazer o que aqui na seca no Ceará? O ti Alfonso já foi se embora eu vou fazer o que? Eu vou morrer de fome aqui? Ai tirei meus documentos e fui, ai no dia da viagem, as respas da viagem chegou foi uma carrada lá, mais, mais de quinze pessoas” (SALES, 2012)

Por meio desse trecho, ficam um pouco mais nítidos os motivos que fizeram começar um grande fluxo migratório rumo ao Planalto Central pelos trabalhadores que eram provenientes, em sua maioria, do interior do nordeste brasileiro, Minas Gerais, Mato Grosso e Goiás e se encontravam em situação parecida com a de Benedito. Essas pessoas tinham que enfrentar o processo de decidir deixar suas casas e famílias e seguir uma viagem longa e desconfortável, muitas vezes, sozinhos, rumo ao canteiro de obras. É possível ilustrar um pouco mais sobre essa movimentação com a seguinte música de Caetano Veloso:

“No dia em que eu vim-me embora  
Minha mãe chorava em ai  
Minha irmã chorava em ui  
E eu nem olhava pra trás  
No dia que eu vim-me embora  
Não teve nada de mais  
Mala de couro forrada com pano forte brim cáqui  
Minha vó já quase morta  
Minha mãe até a porta  
Minha irmã até a rua  
E até o porto meu pai  
O qual não disse palavra durante todo o caminho  
E quando eu me vi sozinho  
Vi que não entendia nada  
Nem de pro que eu ia indo  
Nem dos sonhos que eu sonhava  
Senti apenas que a mala de couro que eu carregava  
Embora estando forrada  
Fedia, cheirava mal  
Afora isto ia indo, atravessando, seguindo  
Nem chorando nem sorrindo  
Sozinho pra Capital  
Nem chorando nem sorrindo  
Sozinho pra Capital  
Sozinho pra Capital  
Sozinho pra Capital  
Sozinho pra Capital”  
 (“No dia que eu vim-me embora” - letra e música de Caetano Veloso)

A música deixa um pouco mais claro que passar por essa experiência de deixar o lar acaba envolvendo um processo de pesar, em busca de melhores condições de vida. Carvalho (2008) descreve um pouco como a ação de migrar é um processo causador de estresse e também ligado à identidade e à subjetividade do indivíduo. Ao migrar, uma pessoa tem sua vida radicalmente transformada, por tratar-se de um momento crítico que inaugura uma nova etapa em sua vida. Fala também de como o imigrante precisa abrir mão de sua individualidade, mesmo temporariamente, para que assim possa se adaptar ao novo meio.



Figura 2 - imagem de um candango deixando sua família rumo ao canteiro de obras de Brasília.  
Fonte: <http://www.museuvirtualbrasil.com.br>

Cardoso (2004) entrevista Eronildes Guerra de Queiroz, em 1991, no Programa de História Oral do Arquivo Público do Distrito Federal. Pela leitura do relato é possível ter um olhar mais profundo sobre o processo pelo qual passaram esses trabalhadores, de deixar suas casa em busca de uma nova perspectiva de vida. A autora parte da história de Eronildes, nascido na Fazenda Panorama, no município de São Vicente Ferrer, Pernambuco, em 1935, que concluiu apenas o primário e se considerava “semi analfabeto quase”, diz que apenas uma irmã foi provida de bom estudo ao concluir o

curso de medicina em Recife, seus outros irmãos se encontravam no mesmo nível de escolaridade que ele. Veio para Brasília em busca de trabalho e dinheiro, diz ele:

“Aí eu vim num caminhão mais um primo meu. Aí disse que estava arrastando um dinheiro com rodo aqui. A notícia era essa: que tinha visto falar no jornal, no rádio, a notícia que a gente pegava de interior era quando a gente ia na cidade... A gente escutava as notícias: ouvindo falar disso e tal. E lá na cidadezinha tem um rádio, tem uma coisa, de pilha, de pilha não, de bateria. Não existia pilha nessa época. Se existia, ninguém sabia que existia. Muito atrasado, muito atrasado. Aí a gente pegava aquelas notícias lá, e eu fiquei doido pra vim pra Brasília pra ganhar dinheiro” ( CARDOSO, 2004)

Durante a construção de Brasília, Eronildes exerceu funções como a de motorista, servente e cozinheiro. Descreveu um período de dificuldades caracterizado por jornadas extensivas de trabalho, ocorrência de muitos acidentes nos canteiros de obras, má qualidade da comida dos peões, péssimas condições dos alojamentos, falta de assistência médica, violência da polícia e morte de trabalhadores. Durante a entrevista, Eronildes também cita alguns episódios em que relaciona o estilo de vida que tinha em sua terra, interior de Pernambuco, com sua nova vivência em Brasília, como por exemplo, o jeito de preparar o arroz, ele diz:

“Agora, quando faz um arroz, aqueles pobre lá, você pode pegar uma colher de arroz ali na panela e jogar na parede assim, é mesmo que cimento: bate lá, não sai de jeito nenhum, porque tá lá aquele grude. Ele não sabe fazer um arroz, porque lá não usa gordura também. Lá é tudo na base da água ... Não tem óleo, não usa nada; é só o tempero. Bota a água pra ferver, quando a água tá fervendo, bota o tempero e bota a comida dentro e aí faz, é assim. Agora, ele não tem o óleo, além dele pegar um pouco embaixo ele vira um grude desgraçado, desmancha todo. Não sabe se é arroz, o que que é. Você pega uma colher daquela e joga assim ela fica lá na parede. É, pá, ela fica lá. Só se for com uma pá pra arrancar aquilo ali.” (CARDOSO, 2004)

É possível perceber certa comparação feita por Eronildes devido à mudança de ponto de vista, que ocorreu com a vinda para Brasília. Já que trabalhou como cozinheiro durante o período da construção da cidade, aprendeu novas formas de cozinhar, o que lhe deu um novo referencial para julgar sua vivência e identidade. Ele usa termos como “aqueles pobre lá” e “Ele não sabe fazer um arroz”, se referindo à sua experiência anterior. Brasília, ainda em sua construção, de alguma forma já influenciava o modo como essas pessoas enxergavam suas vidas, por algum motivo aquilo que se referia à forma em que se vivia no meio rural começou a se tornar quase



que pejorativo, mesmo sendo uma atividade tão simples, como preparar um arroz. Muita coisa nasceu ali na construção da nova cidade, mas muita coisa se findou, também.

No meio da história do Candango, é importante ressaltar esse processo simbólico pelo qual essas pessoas passaram, tanto do pesar da mudança quanto o de transformação de olhar que essas pessoas sofreram. Foi preciso que essas pessoas estabelecessem um contexto inicial como insatisfatório e fossem convencidos, pelas suas próprias carências e dificuldades, a eleger um novo contexto como “solucionador” das suas insatisfações. Brasília para essas pessoas passou a ocupar esse papel e fazer parte daquilo tudo. Não só significaria iniciar uma nova etapa de vida mais próspera, como também justificaria toda a dificuldade passada desde o momento em que deixaram suas casas e se mudaram para o canteiro de obras da nova capital do país.

Com o término da construção da nova capital, grande maioria dos candangos foi direcionada às periferias do Plano Piloto. Foram criadas as "cidades satélites" com o intuito de alocar os imigrantes que ajudaram a construir e queriam permanecer na cidade. No entanto, por mais que eles tivessem exercido papel fundamental na construção de Brasília, o uso, regulamentação e altos preços de aluguel e venda acabaram por “expulsar” essas pessoas. A periferia de Brasília foi criada e os filhos e netos dos Candangos eram subordinados a fazer viagens muito parecidas com aquelas que um dia eles fizeram, rumo ao centro do país, em busca de melhores condições de emprego, educação e serviço público, ou seja, melhores condições de vida.

## **1.2 O Pau-de-Arara**

Criado no interior do Nordeste brasileiro o Pau-de-arara foi o principal meio de transporte utilizado na viagem dos imigrantes nordestinos que viajaram rumo à Brasília na época da sua construção. Consiste em um caminhão adaptado para servir como

ônibus, tábuas são usadas como assentos e uma lona costuma cobrir a parte superior do veículo e usada como teto. Com certeza não era o meio de transporte mais confortável de se usar para uma viagem longa, como a que os candangos fizeram para chegar à Brasília, porém foi a solução encontrada por aquelas pessoas para poderem se deslocar. Por mais que o desconforto fosse grande, a expectativa de realizar algo maior servia como motivação para essas pessoas.

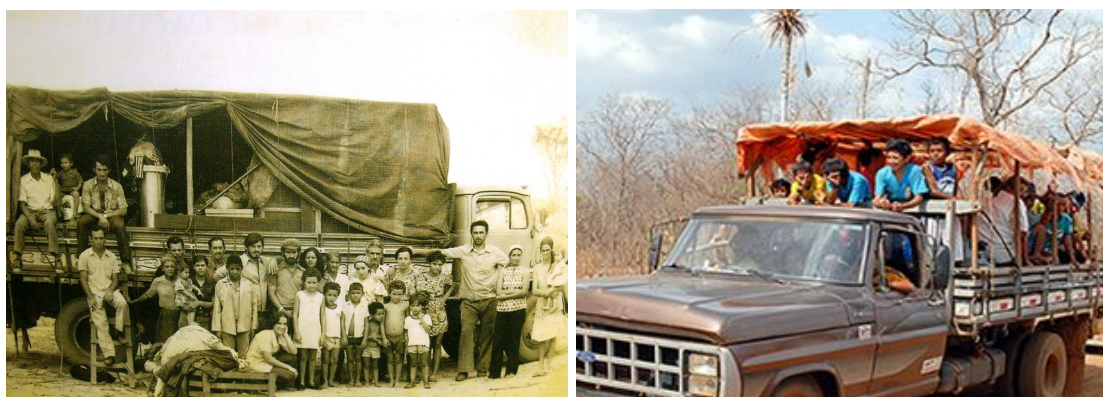


Figura 3: imagem da utilização do Pau-de-Arara pelos Candangos na viagem para Brasília.  
Fonte: < <http://oganpazan.com.br/>>

A viagem do interior do Ceará para o Planalto Central, por exemplo, durava em torno de 10 dias, as vezes eram feitas paradas em algumas cidades para conseguir reunir mais pessoas para seguir viagem. Era uma jornada bastante difícil, porque o transporte não oferecia qualquer tipo de conforto aos passageiros e sempre andava com o máximo de pessoas que se conseguia carregar. Com elas só o pouco de bagagem que tinham nas mãos e também grandes sonhos em relação ao que estava por acontecer. Na história de cordel de Audifax Rios, *O candango Brasilino, a história do peão que ficou amigo do presidente*, pode-se conhecer através dos versos de cordel, a história de Pedro Brasilino, imigrante nordestino, que ilustra muito bem o que significou essa viagem:

“Foram quase quize dias  
Na penosa travessia  
Provando do desconforto  
Quase sempre não dormia  
A rede que carregava  
Já não tinha serventia

Na insônia embalava  
O sonho do Eldorado  
Arrastar dinheiro a rodo  
E a passo acelerado  
E da noite para o dia  
Tornar-se homem abastado

Sonhava também na volta  
Depois da sofreguidão  
Ver de novo a família  
Com grande satisfação  
E viver rico em paz  
Na calma do seu sertão”  
(RIOS, 2010)

Os versos descrevem um pouco o sentimento da partida, é levado em consideração o tempo de viagem, a insônia, as expectativas e a vontade de retornar que já era presente desde o momento da partida. É possível relacionar o desconforto da viagem com o que se sentia pelos migrantes ao deixarem suas casas, onde esse pesar acaba se tornando também um incômodo a ser carregado em sua jornada. Carvalho (2008), informa como o desejo de partir pode estar em conflito com a tendência a ficar e permanecer com o que é seguro e familiar. Tendência essa que todos possuem, em maior ou menor grau. O imigrante precisa balancear as vantagens e desvantagens de partir. O deslocamento, então, seria consequência de um cálculo racional dos indivíduos entre as perspectivas oferecidas na sociedade de destino e as condições existentes na sociedade de origem. O imigrante é um eterno temporário, que nunca se estabeleceu de maneira definitiva, que afirma querer retornar a sua casa mas ainda não conquistou tudo o que deseja. Carvalho ainda cita em seu texto um depoimento de um imigrante mais atual, o de Patrícia, que se mudou de Porto Alegre para Brasília motivada pelo trabalho, sua fala ilustra muito bem como é o sentimento desse processo:

“Eu me senti um pouco sozinha. No primeiro fim de semana chorei bastante. Uma dor do tipo “Por que eu vim?”. Eu não sei se eu já tenho essa resposta. [...] Um dia meu colega me perguntou se eu queria voltar a morar no sul e eu respondi que não sabia o quanto eu queria voltar para lá, assim como eu não sei o quanto eu quero ficar. Mas a ideia que tenho é que eu ainda não escolhi Brasília. E ele disse “ninguém escolhe Brasília!” (Patrícia, 31 anos)” (CARVALHO, 2008)

Por meio dessa fala é possível observar que esse tipo de sentimento de deixar o lar em busca de algo melhor se perpetua em Brasília até os dias de hoje. Existem também, as viagens urbanas, que se assemelham muito à jornada que os candangos fizeram na criação de Brasília, que levam diariamente os brasilienses periféricos a deixarem suas casas em busca de emprego, divertimento e melhores serviços públicos no Plano Piloto, ou seja, em busca de melhores condições de vida. É impossível não relacionar o que se passou antes com o que se passa agora, sendo que as motivações ainda são as mesmas somente a roupagem de como tudo acontece é diferente.

Varela (1981) nos conta um pouco sobre o transporte público durante o período de construção de Brasília nos seguintes versos:

“Tudo a custa do Candango  
Que não tem em que andar  
Se vai para seu emprego  
O mesmo tem que pagar  
Na volta do mesmo jeito  
Para poder trabalhar”  
(VARELA, 1981)

Esse trecho se refere ao período em que as primeiras companhias de ônibus começaram a chegar em Brasília para fazer o transporte dos trabalhadores, que na época já residiam nas cidades satélites. Pouca coisa mudou de lá para cá. O Pau-de-Arara, hoje em dia, é considerado um transporte irregular e é ilegal, tirando algumas exceções por motivos culturais, foi provado que as condições de transporte não eram nenhum pouco seguras para o usuário. Porém os ônibus usados no transporte público em Brasília durante muito tempo também não foram um dos mais adequados para a viagem urbana, pode-se perceber pelo chacoalhar intenso dos ônibus provenientes de uma tipo de amortecimento característicos de veículos de transporte de grandes cargas e até a altura da carroceria era incoerente com o embarque e desembarque dos passageiros. Durante as décadas de 50, 60 e 70 era bastante comum o uso do chassi de caminhões para o transporte público, e essa prática acabou se perpetuando durante muito tempo.

É possível criar uma relação entre o tipo de transporte usado em Brasília em tempos mais atuais, com o Pau-de-Arara. Não que ,necessariamente, os dois sejam ou não um tipo de caminhão adaptado, mas todos os sentimentos e motivações que rondavam a viagem ainda se perpetuam, as pessoas ainda estão insatisfeitas e em busca de um vida melhor, ainda se submetem ao desconforto das viagens para tentar realizar seus objetivos. Vamos uma história se repetindo, porém, com uma roupagem diferente, como um Pau-de-Arara vestido de ônibus urbano.

### **1.3 Brasília**

Brasília carregou consigo, desde antes de sua criação, a responsabilidade de atender às expectativas de todo um país. Do ponto de vista do governo, a construção da nova capital já era prevista na constituição e isso foi um dos principais motivos que impulsionaram o presidente Juscelino Kubitschek à construí-la . A criação da nova capital significaria não só levar a atenção nacional para o interior do país e promover um centro de crescimento desenvolvendo o Centro-Oeste, como também haviam outros objetivos como: apagar vestígios e símbolos da dominação portuguesa, transformar o Brasil em um país unificado, melhor defesa nacional e servir como instrumento ideológico capaz de criar junto às massas um espírito de identidade nacional (FARRET, 2010).

Como se não bastasse todas essas expectativas, a nova capital ainda carregava uma simbologia mística. O futuro padroeiro da cidade, João Bosco, já havia sonhado com o local profetizando sua construção e relacionando à ela uma ideia de “Terra Prometida”:

“Eu via as entranhas das montanhas e o fundo das planícies. Tinha sob os olhos as riquezas incomparáveis [...] as quais um dia serão descobertas. Via numerosas minas de metais e de carvão fóssil, depósitos de petróleo tão abundantes que jamais se viram em outros lugares. Mas não era tudo. Entre os paralelas 15 e 20 graus, havia um leito muito largo e muito extenso, que partia de um ponto onde se formava um lago. Agora uma voz disse repetidamente: quando se vierem escavar as minas, escondidas no meio destas montanhas, aparecerá nesse sítio a Terra Prometida, donde fluirá leite e mel. Será uma riqueza inconcebível” (HOLSTON, 1989)

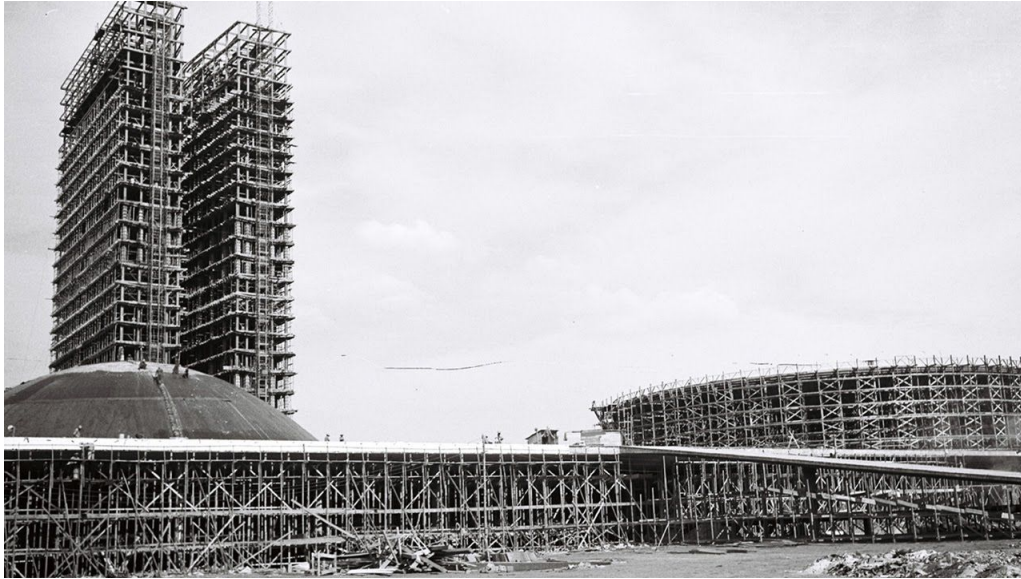


Figura 4: imagem da construção do Congresso Nacional de Brasília.  
 Fonte: <<http://www2.camara.leg.br/>>

Para os modernistas a cidade era uma grande concretização de seus ideais. Lúcio Costa e Oscar Niemeyer eram discípulos de Le Corbusier, grande ícone do movimento moderno. Essa relação influenciou bastante seus trabalhos e o projeto de Brasília. O *Congrès Internationaux d'Architecture Moderne* (CIAM) constituía uma série de eventos organizados para se discutir os rumos tomados pela arquitetura moderna. Esses eventos tiveram início em 1928, na Suíça, tendo Le Corbusier como um de seus principais representantes. A arquitetura e a urbanização idealizadas nesses encontros tinham como objetivo a criação de novas formas de associação coletiva, de hábitos de pessoas e de vida cotidiana, e Brasília estava prestes a se tornar uma das maiores concretizações desse pensamento.



Figura 5: imagens da construção da Torre de TV e catedral de Brasília.  
 Fonte: <<https://i.pinimg.com/>>

Holston (1993) faz uma análise dos efeitos dos ideais modernistas na cidade e constata, a partir do ponto de vista da antropologia, esse vínculo entre o projeto urbanístico modernista e uma intenção de mudança social, que é feito a partir da criação de formas que expressem a vida social desejada e a imposição desse novo estilo de vida através da arquitetura. Segundo essas ideias, a arquitetura foi vista como instrumento de mudança social, advento de um bom governo, ordem nacional, assim como renovação da vida por intermédio da arte. Para ilustrar as expectativas existentes em relação ao estilo de vida brasileiro, segue um trecho no qual podemos observar a maneira como Brasília era imaginada:

“Quanto aos apartamentos há uns maiores e outros menores em número de cômodos, que são distribuídos, respectivamente, para família conforme o número de dependentes. E por causa de sua distribuição e inexistência de discriminação de classes sociais, os moradores de uma superquadra são forçados a viver como que no âmbito de uma grande família, em perfeita coexistência social, o que redundará em benefício das crianças que vivem, crescem, brincam e estudam num mesmo ambiente de franca camaradagem amizade e saudável formação. [...] E assim é educada, no Planalto, a infância que construirá o Brasil de amanhã, já que Brasília é o glorioso berço de uma nova civilização” (HOLSTON, 1989)

O autor enfatiza dizendo que tal trecho não foi retirado de nenhum romance utópico ou qualquer tipo de literatura socialista, mas da revista estatal de planejamento que descrevia as características de estilo de vida da nova cidade. Pode-se perceber o quanto o projeto de Brasília tinha a intenção de transformar a sociedade brasileira, a cidade é apresentada quase como que um antídoto para o resto do país que sofria com problemas relacionados à grande estratificação de classes sociais e má distribuição dos serviços e equipamentos urbanos.

A proposta era que a nova cidade viesse a ser um modelo de práticas sociais radicalmente diferentes e, se sua eficácia fosse comprovada, serviria de modelo para o restante do país. Embora Brasília tenha sido projetada para um determinado público, foi ocupada por outro completamente diferente, justamente o restante do Brasil que se tentava negar, gerando assim uma sensação de contradição com seu planejamento.

A nova capital já tinha, *a priori*, a destinação do seu centro à função de capital e local de residência da população a ela ligado. A população migrante formava favelas e acampamentos nos espaços em construção. Para abrigar essa população foram criados núcleos periféricos ao Plano Piloto, como solução para impedir o crescimento desordenado no centro. Esses núcleos foram criados quase que simultaneamente à cidade. Começaram pela criação do Núcleo Bandeirante e Taguatinga, mas o censo de 1960 já apontava para o crescimento de Sobradinho e Gama, que se originaram devido à transferência de favelas localizadas no centro do Plano Piloto (FERREIRA, 2010).

Em 1970, essa periferia abrigava 66% da população urbana do Distrito Federal (DF) e dependia do centro para trabalho e para satisfação da maior parte de suas necessidades, estabelecendo-se, então, um movimento pendular diário da população entre centro e periferia (FERREIRA, 2010).

Assim, Brasília afasta do centro o público que não estava previsto em seu projeto, colocando-os na periferia da cidade. Vemos um exemplo quase de rejeição do projeto a um usuário “inconveniente” e sendo responsável pela criação de um sentimento de não pertencimento entre essas pessoas. É válido questionar a partir disso o quão prejudicial é essa atitude, dentro de um projeto, de idealizar não só um público alvo como seu comportamento. Será que o sucesso de um projeto também levaria em consideração os efeitos causados sobre essas pessoas que não foram incluídas no planejamento?



## 2 E o Design com isso?

Brasília é uma cidade conhecida pelo seu planejamento, organização e estilo de vida único. Como todo projeto, a cidade também tinha seu objetivo a ser cumprido e expectativas a serem saciadas. É uma cidade completamente diferente das demais brasileiras e, como produto do pensamento modernista, o planejamento da cidade pretendia de certo modo forjar seu usuário ideal. O intuito era que a forma dos prédios e a dinâmica pensada para o fluxo na cidade fossem suficientes para alterar o estilo de vida das pessoas. Para a população era uma grande expectativa, a “Terra Prometida”, uma chance para novas oportunidades e uma vida melhor, principalmente para os de vida simples, como os candangos, que abandonaram muito para tentar fazer parte da cidade.

A idealização de um público-alvo bastante específico pode acarretar na exclusão das pessoas que não preenchem o requisito estabelecido por ela, e essas pessoas ainda sim podem ser afetadas pelo projeto. O projeto da cidade pretendia impor um novo estilo de vida, visando assim diminuir os problemas sociais pelos quais se passava a sociedade brasileira, mas acabou só perpetuando alguns desses problemas com a forma com que lidou com seus imigrantes que foram afastados para a periferia e ainda sim dependiam do centro por ser uma dos poucos lugares onde se teria acesso à serviços públicos, oportunidades de emprego e educação de melhor qualidade.

Em design, estabelecer objetivos e um público alvo bem específico também faz parte da maioria dos projetos, e as pessoas não contempladas por eles ainda assim podem ser afetadas, como no caso de Brasília. Estratégias de sedução do consumidor fazem parte de como os objetos são vendidos e aceitos pela sociedade, mas acabam atingindo um público maior do que o intencionado e incentivando um forma de consumo exagerada, motivada por um sentimento de também querer possuir os atributos do produto oferecido.

Os objetos carregam consigo muitos significados que vão além de uma função prática. A parte simbólica da forma dos produtos é a responsável por seduzir e de se

relacionar com o consumidor. Possuir um determinado tipo de roupa ou carro, pode significar pertencer a uma faixa mais seleta da sociedade, podendo demonstrar sucesso financeiro, bom gosto e tocar pontos como a vaidade e identidade das pessoas. Tal interação faz criar uma transferência para o hábito de consumo da população, uma vontade de se afirmar perante a sociedade, de comunicar quem você é ou quem se pretende ser, pelo o que você consome. Isso acaba incentivando uma prática de se consumir mais para ser mais.

Uma boa parte dos consumidores é atraída por esses valores subjetivos. A novidade, por exemplo, é um valor bastante almejado, porém a constante criação de objetos novos e melhores acaba por fazer com que parte daquilo que é antecessor à ele seja visto como algo de menor qualidade e ultrapassado. Marcas como a Apple usam desse tipo de artifício para conseguir manter um fluxo de vendas entre seus consumidores onde em cada lançamento de um novo modelo de produto as pessoas são seduzidas a querer sempre possuir a versão mais recente, mesmo que a diferença entre um modelo e o outro não seja tão grande assim, observa-se que o valor simbólico desses objetos é tão potente que essas pessoas sentiriam que elas mesmas são ultrapassadas e menores caso elas não consumam a versão mais nova do produto.

Esse tipo de prática cria um estilo de vida pouco saudável e sustentável para as pessoas e para o Planeta, e o design precisa começar a investigar e se responsabilizar mais por esse tipo de comportamento. É preciso parar de pensar e projetar o artefato como criador de sensação de exclusão e não pertencimento nas pessoas, por meio da ilusão de que o consumo vai preencher as lacunas de sua identidade.

Neste capítulo são abordadas questões relativas ao potencial comunicativo e simbólico dos objetos e como esses valores precisam ser levados em consideração no projeto de um novo produto. Será necessário observar como os objetos costumam ser feitos e pensar em maneiras alternativas de fazê-lo, pois em um contexto global onde a produção insustentável de produtos está levando o planeta à crise. É necessário repensar o papel do design como incentivador de um consumo mais consciente.

## 2.1 O objeto

Assim como no projeto de Brasília, em que se vislumbrava um público específico, o design também pratica esse procedimento de forma bastante similar. Por meio do valor simbólico e do poder de comunicação dos objetos consegue-se interferir nos hábitos do consumidor e se relacionar com seus desejos, identidade e estilo de vida. Esse tipo de potencial precisa ser levado em consideração ao se projetar um novo produto. Seus ideais e linguagem deveriam se basear cada vez mais em um pensamento mais sustentável e saudável.

Sudjic (2010) nos explica como no design a linguagem utilizada é a que cria objetos que levam à reflexão sobre objetivos e valores da sociedade. Ele pode ser usado de formas manipuladoras e mal-intencionadas, ou criativas e ponderadas. O design utiliza a linguagem que ajuda a definir ou sinalizar valor. Cria as pistas táteis e visuais que sinalizam “precioso” ou “barato” - mesmo se, dada a infinita capacidade de ironia da mente humana e a busca permanente por novidade, esses sinais forem regularmente subvertidos. E diz também que quando se compreende a linguagem do design expressa por forma, cor, textura e imagem de um objeto, há constantes paradoxos entre função e simbolismo a serem considerados. Certas cores são associadas mais ao homem que à mulher. Alguns materiais sugerem luxo. Os objetos não existem no vácuo: são parte de uma complexa coreografia de interações. A tela de televisão de raios catódicos tradicional, por exemplo, alojada numa caixa de madeira e tratada como peça de mobiliário, criava uma dinâmica social na sala de visitas nos anos 1960 que era totalmente diferente do que acontecia quando os aparelhos portáteis eram colocados no chão. Esse foi aparentemente um gesto informal que destronou o deus do lar da primeira era do consumismo. Mas, antes do surgimento do controle remoto, exigia-se um ato de obediência ritual quando a pessoa se ajoelhava para mudar o canal. Isso também é diferente do impacto social de uma tela plana pendurada na parede como se fosse um quadro. Esses objetos, em suas diversas

formas determinam não só como usamos a sala, mas como usamos a casa inteira. Eles moldam a maneira como nos relacionamos, como comemos, como nos sentamos e como olhamos uns para os outros.



Figura 6: imagem da comparação entre modelos de televisão, um antiga e um mais atual.  
Fonte: <<https://img.sondakika.com/>>

“Os objetos são nossa maneira de medir a passagem de nossas vidas. São o que usamos para nos definir, para sinalizar quem somos, e o que não somos. Ora são as joias que assumem este papel, ora são os móveis que usamos em nossas casas, ou objetos pessoais que carregamos conosco, ou as roupas que usamos” (SUJIC, 2008)

A partir das observações do autor podemos perceber o imenso potencial que os objetos apresentam em interferir na vida das pessoas, modelando seus hábitos e a maneira de interagir uns com os outros. Por mais que os objetos tenham esse poder de ser uma representação de quem somos ou do que fazemos, não se pode dar a eles total responsabilidade dessa tarefa. Existe uma desarmonia em como as pessoas consomem nos dias de hoje, em que o objetivo de se obter um novo produto advém de um desejo de que aquele novo objeto represente quem a pessoa quer ser e não necessariamente quem ela é.

O mercado tem se tornado cada vez mais cheio de objetos que brincam com a maneira como as pessoas se vêem. Ao se comprar um carro novo nem sempre são levados em consideração critérios relacionados apenas com funcionalidade, como desempenho do motor, conforto, economia, emissão de gases, mas valores como o que aquele modelo de carro significa socialmente são às vezes bem mais importantes. Tal demanda pode provir de um sentimento de “não-pertencimento” em que possuir um determinado produto faria o usuário se sentir parte de um segmento social específico.

Em *O império do efêmero* (Lipovetsky, 2009), pode-se observar, do ponto de vista do vestuário, como esse tipo de comportamento tem sido perpetuado ao longo de décadas. O autor diz que isso se dá em razão do desejo dos indivíduos de assemelhar-se àqueles que são considerados superiores, que brilham pelo prestígio e pela posição. Os decretos da moda conseguem propagar-se no coração da difusão de moda, como um mimetismo do desejo e dos comportamentos. Mimetismo que, nos séculos aristocráticos e até em data recente, propagou-se essencialmente de cima para baixo. Assim foi a marcha das ondas de imitação: enquanto a corte tem os olhos fixados no rei e nos grandes senhores, a cidade toma exemplo nos modelos em vigor na corte e na nobreza. A difusão de moda foi menos uma forma de coação social do que um instrumento de representação e de afirmação sociais, menos um tipo de controle coletivo do que um signo de pretensão social.

A existência de leis que proibiam a classe plebeia de se vestir como os nobres, os éditos suntuários, é um fato que expõe claramente a força dos significados sociais através dos objetos. Percebeu-se que, a partir dos séculos XIII e XIV com o desenvolvimento dos grandes comércios e bancos, surgia um novo personagem social que não tinha algum título de nobreza mas tinha tanto capital quanto, os “novos-ricos”, os burgueses. Com isso, a imitação dos trajes nobres se propagou em novas camadas sociais, mesmo que os trajes burgueses nunca tenham se igualado ao brilho, à audácia e à ostentação aristocrática.

A existência de um modo de vestir considerada “superior” perante a sociedade, acabou por seduzir outras classes a se vestir da mesma forma, com o intuito de se

sentirem parte daquele grupo social. As vestes eram, e ainda são, quase como uniformes que descrevem qual personagem se interpreta dentro da sociedade. Tais questões são muito evidentes dentro do contexto da moda por seus objetos terem quase como prioridade brincar com essas “identidades sociais”. Essa indústria entendeu muito bem como manipular a comunicação visual de valores simbólicos e deve seu crescimento e faturamento a isso (CARDOSO, 2013).

Da perspectiva da moda se consegue enxergar mais claramente como esses valores são comunicados socialmente. Ao se escolher uma roupa é comum o pensamento de estar adequado à ocasião. Se é um compromisso de trabalho, um encontro amoroso, uma festa, cada momento exige um modo de se apresentar diferente para que assim não se transmita uma mensagem confusa sobre si mesmo. A troca de roupa também ocasiona uma mudança de personalidade, de postura também coerentes com o momento em questão. Assim se percebe uma relação muito direta entre identidade e vestuário, em que é preciso se vestir de acordo com quem se é naquele momento.

“Na área de branding, fala-se muito em construir marcas fortes, entendidas como aquelas as quais o consumidor se identifica a ponto de misturar sua própria identidade com o produto da empresa. Quando se vê um jovem de periferia vestindo uma jaqueta com o escudo da Ferrari, por exemplo, entende-se que sua identificação tem mais a ver com valores associados à marca e com aspirações a um estilo de vida do que com qualquer possibilidade concreta de vir a possuir um automóvel Ferrari. Identificar-ser. Identidade visual. Identidade corporativa. São conceitos inter-relacionados, ligados ao modo como cada um se imagina (autoimagem) e como imagina que é visto, ou gostaria de ser visto, pelos outros (imagem pessoal)” (CARDOSO, 2013)

Pode-se observar, com base no autor, a preocupação do usuário em fazer parte do estilo de vida proposto pelas marcas. Tal preocupação envolve muitas vezes a consciência de conhecer a distância que existe entre quem se é e quem se deseja ser, e quando essa distância é muito grande, essa consciência pode ocasionar em um sentimento de não pertencimento no consumidor. Enquanto os objetos e a cidade continuarem estimulando esse tipo de sentimento nas pessoas elas vão continuar se sentindo insatisfeitas com elas mesmas e pensar que, estando em um lugar específico ou consumindo um determinado tipo de produto, esse sentimento poderá ser saciado.

É possível observar pelo trabalho de design de Sérgio Rodrigues, especificamente na Poltrona Mole, uma preocupação maior em contemplar um tipo de comportamento já existente. Projetada em 1957 e fabricada em jacarandá maciço e couro, essa poltrona remete a certa noção de brasilidade não somente nos materiais e na alusão formal à rede de dormir, mas também por meio de um discurso semântico e gestual sobre o jeito despojado e informal de sentar-se e de comportar-se, que se tornou um dos valores mais fortes da cultura brasileira no pós-guerra. Todavia, se a poltrona mole se anuncia brasileiríssima nesse bom sentido de ser confortável e acolhedora, ela também não desmente a sua identidade cultural ao se configurar como um objeto de luxo, acessível apenas a uma elite econômica restrita (CARDOSO, 2000).



Figura 7: imagem de Sérgio Rodrigues sentado na Cadeira Mole  
Fonte: <<http://www.rubatinoarquitetura.com.br/>>

Por mais que a Poltrona Mole seja um artigo de luxo e pouco acessível às camadas mais desfavorecidas da sociedade, é importante ressaltar seu trabalho de linguagem, onde por considerar um jeito mais brasileiro e despojado de se sentar, através de sua forma, o objeto pode então contemplar de maneira mais próxima aos hábitos do seu usuário, enaltecendo uma característica que já existe nas pessoas, o que pode fazê-las sentir mais confortável como elas são.

Pode-se observar também até como os objetos mais simples podem ser reflexos de quem as pessoas são, seus costumes, sua cultura e como executam suas

atividades. O vidro temperado, por exemplo, que está entre os itens mais caros para a fabricação de um fogão - não possui nenhuma função operacional ostensiva. No entanto, através da observação sistemática de uso, a equipe constatou a importância psicológica desta peça para o usuário brasileiro, que geralmente não considera completa a limpeza da cozinha enquanto o tampo não estiver fechado e, de preferência, ornado com um paninho e vaso (CARDOSO, 2000).

Por meio desses dois exemplos pode-se talvez começar a se traçar um caminho pelo qual os objetos deveriam percorrer cada vez mais, o de olhar mais sensivelmente para os costumes das pessoas e tentar contemplá-los de alguma forma, e tentar criar um sentimento no usuário de maior aceitação do próprio estilo de vida, da cultura e do lugar que se ocupa, tanto física quanto socialmente.

## **2.2 Valores em Design e um pensamento mais sustentável**

Hoje vivemos em um momento de crise em que é necessário repensar com bastante cuidado a forma com que se produz e como se consome essa produção, pois estamos exigindo bem mais do que o planeta pode oferecer. Várias alternativas já estão sendo colocadas em práticas: existem diversas campanhas para um consumo mais consciente, empresas mudando a forma de produzir para uma mais sustentável, menos agressiva para o meio ambiente e com melhor aproveitamento da matéria prima. A maneira como se pretende abordar isso neste trabalho é justamente ressaltando a responsabilidade dos designers que vêm colocando no mercado produtos com valores que partem de questões pouco saudáveis para o consumidor. Algumas marcas usam uma ideia superficial e, às vezes, falsa de funcionalidade, para justificar a venda de seus produtos que também podem apelar para questões íntimas do consumidor ligadas à auto-estima, identidade e representação social, prometendo preencher carências pessoais. Ao fazerem isso, acabam por incentivar o hábito de



consumo excessivo, pois os produtos geram um sentimento de nunca ser bom o suficiente.

Evidenciar as consequências de continuarmos criando objetos com valores que podem incentivar comportamentos não saudáveis é importante para que se consiga enxergar de maneira mais ampla a complexidade que é desenvolver um novo modo de produção mais sustentável dentro de uma sociedade consumista. Por mais que seja de extrema relevância pensar maneiras menos danosas para o ambiente de se produzir materialmente um objeto, é difícil isso surtir um efeito significativo enquanto os produtos ainda estimulam os mesmos comportamentos danosos tanto no planeta quanto no consumidor.

“Nunca possuímos tantas coisas como hoje, mesmo que as utilizemos cada vez menos. As casa em que passamos tão pouco tempo são repletas de objetos. Temos uma tela de plasma em cada aposento, substituindo televisores de raios catódicos que há apenas cinco anos eram de última geração. Temos armários cheios de lençóis; acabamos de descobrir um interesse obsessivo pelo “número de fios”. Temos guarda-roupas com pilhas de sapatos. Temos prateleiras de CDs e salas cheias de jogos eletrônicos e computadores. Temos jardins equipados com carrinhos de mão, tesouras, podões e cortadores de grama. Temos máquinas de remo em que nunca nos exercitamos, mesas de jantar em que não comemos e fornos triplos em que não cozinhamos. São os nossos brinquedos: consolos às pressões incessantes por conseguir o dinheiro para comprá-los, e que, em nossa busca, eles nos infantilizam” (SUDJIC, 2008)

Nesse trecho, Deyan Sudjic descreve um pouco do cenário de consumo atual, em que a quantidade de consumo de objetos às vezes é mais importante do que o valor que eles têm ou até se usamos eles. Como parte de um pensamento mais sustentável é importante ser observado não só o desejo por trás da intenção de compra do consumidor, mas também a duração da motivação que ele terá em permanecer com o objeto antes de transformá-lo em lixo. Os bens que conservamos durante décadas podem ser considerados espelhos de nossas experiências da passagem do tempo. Atualmente, nossa relação com os novos bens parece muito vazia. A atração de um produto é criada e vendida na base de um olhar que não sobrevive ao contato físico. A atração se esvai tão depressa que a paixão acaba quase tão logo a venda é realizada. O desejo fenece muito antes que o objeto envelheça. O design começa a parecer uma forma de cirurgia plástica, algo como uma injeção de Botox na testa, suprimindo rugas de expressão para criar uma breve ilusão de beleza (SUDJIC, 2008).

Uma parte crucial a ser pensada nesse tópico é em como a criação de lixo está relacionada com um esvaziamento muito rápido de valor dos objetos. Quando se consome um produto apenas com a intenção de possuir o que existe de mais novo e moderno no mercado, a partir do momento que surge um modelo melhor, essa compra se esvazia de valor e o objeto perde seu propósito, se transformando em lixo.

“A Apple acha que o caminho para sua sobrevivência num mundo dominado pelo programas de Bill Gates e pelos componentes físicos chineses é usar o design como isca para transformar seus produtos em alternativas almejadas para o que seus concorrentes estão vendendo. Espera vender menos máquinas, mas cobra mais por elas. Isso envolve sedução em série. A empresa precisa tornar seus clientes tão sedentos por um novo produto que joguem fora o último a cada dois anos.” (SUDJIC, 2008)

Talvez se os objetos partissem de valores um pouco mais profundos para atrair os consumidores e se relacionar com eles, evitando motivações superficiais como simplesmente vender por vender, seria possível criar uma relação bem mais sólida entre produto e usuário, diminuindo assim o volume de objetos descartados. Para isso, é preciso continuar uma conversa sobre novas maneiras de se produzir design e assim conseguir explorar mais do potencial da própria área. O design tem uma competência que vai muito além de só “resolver problemas”. a partir de um ponto de vista mais funcional. É necessário trabalhar cada vez mais questões simbólicas e subjetivas nos projetos para ampliar as possibilidades de se criar relações entre objeto e usuário.

Por vivermos em uma sociedade consumista, colocar um produto no mercado e torná-lo intenção de compra para as pessoas faz com que a elaboração desse objeto seja de uma responsabilidade muito grande, pois elas vão querer investir o seu tempo, disposição, esforço e trabalho no propósito adquirir aquele produto. Acredito que o Design pode estimular comportamentos e modificar estilos de vida, e cabe ao designer avaliar bem as intenções por trás de seu trabalho e ser cuidadoso com o estímulo que ele pode provocar no consumidor.

## **2.3 Processos dentro design**

É necessário compreender o porquê de os objetos ainda estarem perpetuando valores que não condizem com o cenário atual. É importante questionar os motivos pelos quais isso tem acontecido, para assim se ir, paulatinamente, criando maneiras alternativas de se produzir e adaptando a base de valores que sustentam o processo.

O design compartilha de fundamentos ideológicos muito semelhantes aos que serviram para a elaboração do projeto de Brasília, pois os dois são provenientes do movimento modernista. Assim como o projeto de Brasília, os procedimentos em design também são falhos e, talvez questionando as bases funcionalistas do movimento moderno e inserindo cada vez mais questões subjetivas, será possível pensar em produtos que de fato contemplem seus usuários.

A história do design se inicia em um momento em que o pensamento moderno fazia muito sentido e, para época, foi revolucionário e ocasionou em grandes benefícios para a sociedade e indústria. Desde então, novas formas de se pensar design têm surgido, porém são pouco postas em prática, ou sequer saem do meio acadêmico.

Para completar a discussão sobre novas alternativas de se produzir os objetos, pretende-se neste trabalho fazer uma simples abordagem sobre como foram pensados os processos de design em sua concepção inicial e usar do Design Especulativo para estimular novas maneiras de se pensar não só os produtos, como possíveis realidades em que eles podem estar inseridos.

### **O convencional**

Com o surgimento da indústria e sua repercussão, a possibilidade de se produzir grandes quantidades de objetos em um tempo razoavelmente curto foi um acontecimento revolucionário que mudou drasticamente tanto o mercado quanto o estilo de vida das pessoas. Porém, em comparação com os objetos feitos de maneira artesanal, os produtos da indústria ainda eram bastante inferiores quando o quesito era

estética. O maquinário disponível no momento ainda não conseguia executar um nível de detalhamento preciso para se produzir formas ditas “belas”, os objetos resultantes apresentavam formas simples e com acabamentos de menor qualidades. Para diminuir esse problema, foi-se necessário a movimentação de artistas e pensadores da área, para elaborar uma forma para dar àqueles objetos uma aparência mais desejável perante a sociedade.

O design então surgiu para suprir uma necessidade específica do contexto industrial que estava surgindo no momento. Tornar os objetos desejáveis e vendáveis era um problema a ser solucionado. Em *Design para um mundo complexo*, Rafael Cardoso nos dá uma panorama interessante sobre as origens do design e seus objetivos naquele período.

“O design nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo industrial. Entre meados do século XVIII e fins do século XIX - o período que corresponde, grosso modo, ao surgimento do sistema de fábricas em boa parte da Europa e dos Estados Unidos - houve um aumento estonteante da oferta dos bens de consumo, combinado com queda concomitante do seu custo, ambos provocados por mudanças de organização e tecnologias produtivas, sistemas de transporte e distribuição. Nunca antes na história da humanidade, tantas pessoas haviam tido a oportunidade de comprar tantas coisas. Era a infância da sociedade de consumo. Para muitos observadores, à época, o processo teria gerado um declínio preocupante da qualidade e da beleza dos produtos. Certa ou errada (o que é bem mais provável), essa percepção serviu de estímulo para a ação. Entram em campo artistas e arquitetos, reformadores e burocratas, governos, industriais, associações comerciais e profissionais, museus e instituições de ensino, com o intuito de melhorar o gosto da população e a configuração das mercadorias que lhes eram oferecidas. As atividades de projetar e fabricar artefatos, exercidas há muito em relativo silêncio, migraram para o centro dos debates políticos, econômicos e sociais. Entre 1850 e 1930, aproximadamente, três gerações de novos profissionais - alguns já apelidados de “designers” - dedicaram seus esforços à imensa tarefa de conformar a estrutura e a aparência dos artefatos de modo que ficassem mais atraentes e eficientes. Seu lema era a adequação dos objetos ao seu propósito: *fitness for purpose*. ” (CARDOSO, 2013)

Desde então foram muitas as escolas de design que surgiram para repensar a forma dos objetos industriais. Porém, ainda provém das primeiras dessas escolas os fundamentos mais firmes a respeito de design. A Bauhaus, escola fundada na Alemanha depois da Primeira Guerra Mundial pelo arquiteto germânico Walter Adolf Gropius, é conhecida como a primeira grande escola de design. Para a época foi considerada como uma grande escola vanguardista e de expressão modernista, que tinha forte apelo à vinculação das artes tanto no design, quanto na arquitetura. Dos

ensinamentos dela provém o pensamento de que a forma artística derivaria de um método, ou problema, previamente definido o que leva a correspondência entre forma, função e o recurso das novas tecnologias, pensamento que é ensinado até hoje como fundamental em um projeto de design.

A Hochschule für Gestaltung Ulm (HfG) ou simplesmente Escola de Ulm, foi fundada em 1952 por Max Bill, antigo aluno da Bauhaus, Inge Aicher-Scholl (1917-1998) e Otl Aicher. No fim de 1956, Max Bill deixa a escola por discordâncias com o grupo que insiste no rompimento com a tradição artesanal da Bauhaus, pois, segundo eles, queriam imprimir uma nova orientação à escola, mais voltada para a ciência, tecnologia moderna e produção em série, em que a arte e o design não fossem o centro. Houve então um rompimento e os mestres da nova escola consideravam ultrapassadas as concepções sobre o papel do artista como criador privilegiado, argumentando antes que a própria persistência da arte como um domínio estético separado era retrógrada e contrária ao sentido da vida moderna. Para eles, toda solução criativa deveria passar pelo redimensionamento do uso, da prática, das funções e dos ambientes cotidianos. Ulm foi responsável por adotar cada vez mais uma abordagem mais racionalista dentro do design que usava de abstração formal, ênfase em pesquisa ergonômica, métodos analíticos e quantitativos, modelos matemáticos de projeto e uma abertura por princípio para o avanço científico e tecnológico. A sua autonomia radical com relação às artes plásticas - embora não representasse nenhuma vantagem intrínseca - a obrigou a buscar em outras áreas subsídios capazes de ancorar a prática projetual. Daí resultou a notável abertura da escola para palestrantes e visitantes das mais diversas áreas de conhecimento: da cibernética à sociologia. (CARDOSO, 2000).

Essa nova atitude aproximou o design de muita novas áreas, porém houve um afastamento das artes e as questões subjetivas provenientes dessa relação. A partir desse contexto, e depois pelo contato com o modelo de produção americano, o design começou a se aproximar cada vez mais de um modo de produção racional, em massa e muito atrelado ao mercado, que se faz muito presente no design até hoje.

Baxter (2011) condiciona muito fortemente o sucesso de um produto com sua aceitação pelo mercado e coloca a expectativa do consumidor como a meta mais importante dentro do projeto de design. A introdução de seu livro já inicia com o trecho: “as empresas precisam introduzir continuamente novos produtos, para impedir que os competidores mais agressivos acabem abocanhando parte de seu mercado”. Tal trecho exemplifica a questão de valores trabalhadas em sua visão de criação de produto, uma visão em que o produto caberia apenas como meio para não se perder mercado, ignorando assim, todas outras consequências de se colocar um novo objeto disponível para a população. Quando se tem valores como esse por trás da criação de novos produtos, a sociedade, muito provavelmente, continuará reverberando-os em seu comportamento.

Com o passar dos anos e uma mudança completa desse contexto não faz mais sentido o design continuar trabalhando e pensando da mesma maneira.

### **Uma alternativa**

Uma maneira de se caminhar em direção e novas formas de criar relações mais sólidas entre produto e usuário é começar a pensar design de forma alternativa para alcançar resultados diferentes, pensar novos valores para os objetos e inseri-los no mercado, a partir disso ir criando um repertório maior de maneiras de se produzir design.

Cardoso (2011) cita uma série de exemplos em que uma forma de pensamento mais linear não conseguiria solucionar o problema em questão e estimula a compreensão do problema e de sua complexidade para que a solução venha a partir de um pensamento em cadeia capaz de sistematizar todo seu contexto. Ele cita o exemplo do consumo de garrafas retornáveis e seu impacto ambiental, diz que a resposta mais óbvia seria a que levaria logo em consideração o fato de que usar uma garrafa retornável iria exigir que menos garrafas fossem produzidas o que geraria menos descarte, menos lixo, menos poluentes, porém é um ponto de vista que

desconsidera toda a complexidade do ciclo de vida dessas garrafas não levando em consideração a quantidade de gasolina usada no transporte desses objetos pois eles fariam o percurso de ida e volta para a indústria o que dependeria também do tipo de combustível usado, seu preço e a distância. Desconsidera também a forma de lavagem dessas garrafas, a quantidade usada para isso e se são usados detergentes e como são desgastados. O próprio autor comenta a ansiedade provocada por esse tipo de pensamento, em que a solução para a questão parece se perder o quanto mais vasculhamos a situação. Com uma ideia mais clara a respeito do contexto do problema, podemos perceber que o que pensamos ser a solução à primeira vista poderia se tornar uma grande agravante. O ponto é que solucionar problemas é uma questão bastante complexa e se não temos uma boa ideia sobre onde e com o que estamos envolvidos, podemos piorar a situação.

Para se trabalhar com questões como esta é necessário ter abertura para novos modos de investigação e pensamento e parar de enumerar problemas para tentar solucioná-los de maneira individual sem uma visão mais complexa do contexto, pois assim é possível estar consciente do quão extensas podem ser as consequências de um projeto. Existem diversas outras formas disponíveis para se produzir e pensar design que são pouco usadas, como por exemplo: design crítico, design fiction, antidesign, radical design, design interrogativo, design discursivo, *futurescaping*, arte design. Tantos são os formatos disponíveis para serem explorados, mas continuamos produzindo e pensando design da mesma maneira e provocando os mesmos resultados.

“O design é um campo de possibilidades imensas no mundo complexo em que vivemos. Por ser uma área voltada, historicamente, para o planejamento de interfaces e para a otimização de interstícios, ela tende a se ampliar à medida que o sistema se torna mais complexo e à medida que aumenta, por conseguinte, o número de instâncias de inter-relação entre suas partes. O design tende ao infinito - ou seja, a dialogar em algum nível com quase todos os outros campos de conhecimento. Em seu sentido mais elevado e ambicioso, o design deve ser concebido como um campo ampliado que se abre para diversas outras áreas, algumas mais próximas, outras mais distantes. Nesse sentido, o designer pode sim ser artista, ou artesão, arquiteto, engenheiro, estilista, marqueteiro, publicitário ou uma infinidade de outras coisas. A grande importância do design reside, hoje, precisamente em sua capacidade de construir pontes e forjar relações num mundo cada vez mais esfacelado pela especialização e fragmentação de saberes.” (CARDOSO, 2013)

O Design Especulativo, por exemplo, vem com a proposta de criar design a partir de futuros possíveis e se utilizando deles como ferramenta para discussão do presente. Trabalha em um espaço entre a realidade e o impossível, que procura inspiração em áreas que vão além do design, como no cinema, literatura, ciência, arte, ética e política. Acredita-se que especulando mais a respeito do futuro e explorando cenários alternativos, podemos assim tornar a realidade um pouco mais maleável e criar um cenário mais favorável para futuros desejáveis. Usar das ideias do Design Especulativo permite explorar o potencial das ideias de maneira bem abrangente, projetar para um contexto que não necessariamente precisa ser real abre um espaço muito mais amplo para se discutir as ideias e analisar suas consequências, pois viabiliza a possibilidade de distorcer, exagerar, restringir, expandir, aplicar em diferentes contextos, criar novos contextos, etc. De maneira geral, o design especulativo cria um espaço riquíssimo para a análise de ideias e seu potencial.

Como exemplo pode-se usar do projeto criado por Dunne e Raby (2013), que parte de um alerta real e relata que, com o passar dos anos, o nível de produção de alimentos pode se tornar insuficiente para satisfazer a maior parte dos habitantes do planeta e ainda assim a população continuará a crescer. Dunne e Raby especulam sobre esse cenário e idealizam um projeto onde o governo e a indústria não conseguiriam resolver o problema de alimentação. Então, grupos de pessoas desenvolvem objetos capazes de extrair alimento de fontes alternativas ao que o estômago de um ser humano comum seria capaz de digerir. Esses objetos seriam então um tipo de “upgrade” ou extensão do sistema digestivo dessas pessoas com a intenção de aumentar seu repertório de alimentação. Tais dispositivos seriam concebidos através da combinação de biologia sintética e sistemas eletrônicos.

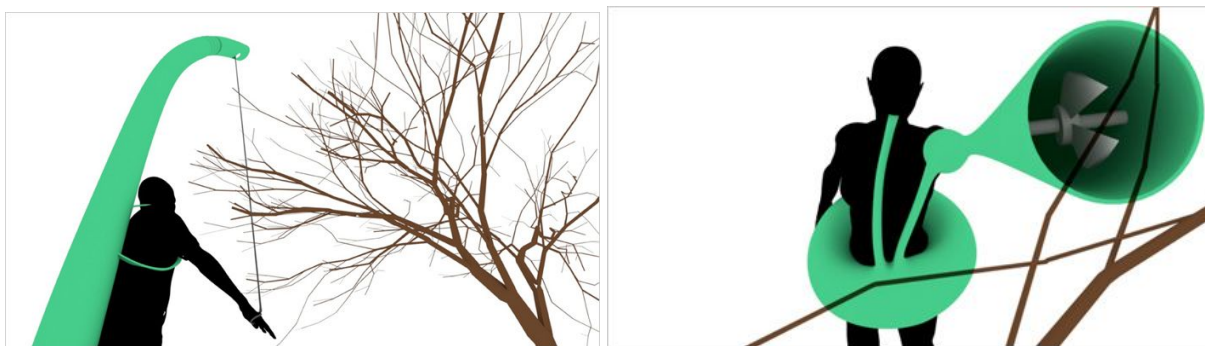


Figura 8: Imagens de digestores de árvores projetados por Dunne e Raby.  
Fonte: <<http://www.dunneandraby.co.uk>>



O projeto pode ser visto como o exagero de uma situação, porém ainda com algum tipo de chance de se tornar realidade. É um modo lúdico utilizado por trás de um cenário tão alarmante para se criar objetos que talvez nunca existam, mas ao mesmo tempo, a partir do projeto, tal situação passa a existir de alguma forma, por mais que no plano ideal ainda. O ponto mais importante que o projeto explora é justamente ter levado em consideração a possibilidade de existência de tal cenário, e para tal foi preciso pensar adiante. Caso a situação de produção de alimentos continue se perpetuando da mesma forma ao longo dos anos, talvez sejam necessárias soluções similares a essa.

Especular sobre como algumas situações do cotidiano podem tomar proporções alarmantes no futuro deveria estar cada vez mais presente na forma de pensamento em design. Será que se os primeiros designers tivessem especulado sobre o potencial de tornar a produção em massa cada vez mais desejável eles teriam conseguido prever um cenário parecido com o atual? Será que o consumo em massa seria algo desejável? Se sim, será que ainda contribuiriam para isso?

### 3 E se... ?

Brasília é o resultado de um pensamento que via o estilo de vida das pessoas como um problema a ser solucionado. Tinha o objetivo de impor uma ideia de funcionalidade e eficiência como algo a ser almejado e era, na época. Ignorou os hábitos e culturas já existentes e quis se impor como modelo a ser seguido. O ideal de como se deveria ser, comportar, trabalhar, interagir, morar, se deslocar foi posto acima de todas as outras maneiras como já eram feitas essas coisas. O ideal prevaleceu sobre o real. E ainda prevalece.

Mas e se Brasília tivesse sido feita para o Candango? Se a cidade já tivesse incluído em seu projeto ser o lar das pessoas que ajudaram a construí-la? E se ela tivesse abraçado o estilo de vida dessas pessoas fazendo-as se sentir em casa? Será que o estilo de vida delas ainda seria um problema? Será que ainda existiriam periferias ou tudo seria um grande centro? Como seriam os prédios? Será que as comerciais ainda seriam organizadas da mesma forma? Será que os bancos de concreto seriam trocados por redes? Será que existiriam praças? Será que as pessoas ainda gritariam de suas janelas pedindo silêncio ou desceriam de seus apartamentos para se juntar ao fuxico?

Tudo seria completamente diferente, com certeza. Melhor ou pior, é algo relativo. Mas talvez um sentimento de satisfação estaria mais presente pelas ruas, talvez as pessoas se sentiriam estimuladas a se sentir mais confortáveis com quem elas são, e seu próprio estilo de vida. Talvez não fosse mais necessário o pesar de abandonar o lar todos os dias em busca de algo melhor, porque talvez, não existiria um “melhor”, o que já se tem seria suficiente. Talvez as casas e os prédios fossem mais simples, talvez as pessoas não fossem tão produtivas, talvez nem se ganhasse tanto dinheiro assim, mas porque isso seria um problema?

Porque afastar essas pessoas, fazê-las perseguir um estilo de vida diferente do delas e fazê-las se sentir insatisfeitas não foi tido como um problema maior? E porque ainda fazemos isso? Será que todos não estamos apenas perpetuando um tipo de

descontentamento transformando tudo em problema? Porque as pessoas ainda se sentem estimuladas a investir seu poder de compra em objetos e marcas que negam quem elas são? Será que elas mesmas se vêem como um problema também?

Solucionar um problema implica uma compreensão um tanto profunda de o que seria de fato um problema, para assim não se querer criar uma solução para algo que não seria nem justo ser visto como tal. Nem sempre será um objeto bem elaborado que será capaz de melhorar a situação de tudo, as vezes modificar apenas a forma de pensar, ou mudar a perspectiva de como se enxerga uma determinada situação pode ser o suficiente, e o design também é capaz de agir dessa maneira. Até porque se os brasileiros não fossem vistos como um problema a ser solucionado, tudo poderia ser diferente.

Essa constante em sempre querer solucionar algo implica na questão de sempre haver um problema a ser resolvido, porém esse tipo de valor justificando a existência dos objetos acaba que por criar esse ciclo depreciativo em torno de tudo. Será que termos como: satisfazer, fazer bem, favorecer, melhorar, auxiliar, compreender, apoiar, não seriam termos mais saudáveis para se apoiar toda uma linha de pensamento a cerca de design?

Nesse contexto o Pau-de-Arara simboliza muito bem esse processo de insatisfação, o perrengue que se passou e que se ainda se passa, essa constante viagem migratória onde nunca estamos satisfeitos e não somos incentivados a estar e o pesar que ela gera. Essa constante idealização de que poderíamos sempre estar em um lugar melhor. O Pau-de-Arara, para este trabalho, é simbólico, representa a viagem em busca dos ideais, mas precisa encerrar suas atividades, porque assim como o transporte, não é seguro nem saudável para seu usuário. É preciso dar lugar à uma produção cada vez mais consciente, sustentável, e que não resolva problema algum, apenas satisfaça seu usuário, o contemple, e o faça se sentir em casa.

## Conclusão

Ao longo do trabalho, foi contada a história do Candango que, deslumbrado pela oportunidade de fazer dinheiro e mudar de vida, foi atraído para Brasília, cidade modernista com um objetivo de representar a mudança que a sociedade brasileira precisava no momento. A partir disso temos uma relação um pouco incompatível entre cidade e habitante que geraram a maioria dos questionamentos nos quais se baseia este trabalho. Esse relacionamento serve de base muito interessante para este trabalho por Brasília se basear em princípios modernistas os quais o design também compartilha, como uma grande valorização de uma ideia de funcionalismo e, uma etapa metodológica onde a detecção de um problema a ser resolvido é usada para dar propósito para todo o projeto.

Brasília por valorizar um estilo de vida funcional e produtivo, acabou por ignorar o estilo de vida de seus habitantes e os impactos subjetivos disso, gerando um sentimento de não pertencimento. Vemos esse sentimento se perpetuar nos objetos, pois o mercado acabou apoiando suas estratégias de venda em seduzir o consumidor à almejar um estilo de vida diferente do deles.

As problemáticas envolvendo a relação produto-usuário acabaram se tornando o foco no trabalho, onde questões simbólicas e subjetivas se fizeram bastante relevantes. Percebe-se, a partir do hábito de consumo das pessoas, uma tentativa de resolver os problemas causados pela relação onde o produto oferece e seduz o usuário a almejar algo que ele não possui, e o usuário por se sentir inferiorizado e atraído pelos valores desse objeto, acaba dedicando seu poder de consumo com o objetivo de se integrar à tais valores.

A partir dessa constatação, se conclui que os objetos são responsáveis também por criar uma sensação de insatisfação no consumidor, e a consequência disso são hábitos de consumo cada vez menos saudáveis e insustentáveis tanto para o planeta quanto para o consumidor. Tal constatação se fez importante pois tinha como objetivo integrar cada vez mais esse tipo de preocupação com o pensamento de produção de

design, para que assim a criação de novos objetos esteja cada vez mais vinculada à um estímulo consciente e responsável que estes produtos terão sobre a sociedade.

## Referências Bibliográficas

BAUHAUS . In: ENCICLOPÉDIA Itaú de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em:  
<<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo368/bauhaus>> . Verbete Enciclopédia

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto. Guia prático para o desenvolvimento de novos produtos**. 2a ed. São Paulo, Editora Blücher Ltda, 2011.

CARDOSO, Heloisa. **Narrativas de um candango em Brasília**. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 24, nº 47, p.163-80 - 2004.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

CARVALHO, Alberto R. C. **Migrantes em Brasília: os motivos, as dores e os sonhos numa perspectiva clínica**. 193p. (Dissertação de Mestrado. Instituto de Psicologia. Mestrado em Psicologia Clínica e Cultura) - Universidade de Brasília. Brasília. 2008.

DUNNE, A.; FIONA, R. **Speculative Everything: design, fiction, and social dreaming**. United States of America: MIT Press, 2013.

FARRET, Ricardo L. **O Estado, a questão territorial e as bases da implantação de Brasília**. In PAVIANI, Aldo (org.). “Brasília, ideologia e realidade - espaços urbanos em questão”. Brasília : Editora Universidade de Brasília, 2ª edição, 2010.

FERREIRA, Ignez. **O processo de urbanização e a produção do espaço metropolitano de Brasília**. In PAVIANI, Aldo (org.). “Brasília, ideologia e realidade - espaços urbanos em questão”. Brasília : Editora Universidade de Brasília, 2ª edição, 2010.

HOCHSCHULE für Gestaltung Ulm (HfG). In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/instituicao372976/hochschule-fuer-gestaltung-ulm-hfg>>. Verbete da Enciclopédia.

HOLSTON, James. **A cidade modernista, uma crítica à Brasília e sua utopia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LUIZ, Edson Beú. **Os Filhos dos Candangos: Exclusão e Identidades**. 139p. (Dissertação de Mestrado. Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em História) - Universidade de Brasília. Brasília. 2007.

RIOS, Audifax. **O candango Brasilino, a história do peão que ficou amigo do presidente**: cordel ilustrado. Brasília : Ensino, 2010. 72 p.

SALES, Telma Bessa. **“Isso é conversa de candango”**. Memórias acerca da construção de Brasília. Apresentação de Trabalho. Artigo. 2012

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das Coisas**. Tradução de Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro. Intrínseca. 2010.

VARELA, Sebastião. **O Candango na Fundação de Brasília**. Brasília Secretaria de educação e cultura do Distrito Federal, 1981. 179p. (Série patrimônio cultural. Literatura ; 2)